

**STUDI PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI ONLINE
DENGAN MEDIA PROMOSI KONVENSIONAL UKM KERAJINAN
KERAMIK KASONGAN YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Oleh:
PRABANDARI

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	9.30A/H/s/2014
KLAS.	
TERIMA	31-03-2014
	TTD 

**STUDI PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI ONLINE
DENGAN MEDIA PROMOSI KONVENSIONAL UKM KERAJINAN
KERAMIK KASONGAN YOGYAKARTA**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014**

**STUDI PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI ONLINE
DENGAN MEDIA PROMOSI KONVENSIONAL UKM KERAJINAN
KERAMIK KASONGAN YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Oleh:
PRABANDARI
NIM 1012089024

Tugas Akhir ini diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2014

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

STUDI PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI ONLINE DENGAN MEDIA PROMOSI KONVENSIONAL UKM KERAJINAN KERAMIK KASONGAN YOGYAKARTA, diajukan oleh Prabandari, NIM 1012089024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah diuji dan disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 22 Januari 2014. Dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Dosen Pembimbing I / Anggota

Drs. Wilfowo, M.Sn.
NIP 195703181987031002

Dosen Pembimbing II / Anggota

P. Gogor Bangsa, S.Sn. M.Sn.
NIP 197001062008011017

Penguji Cognate / Anggota

Hesti Rahayu, S.Sn, M.A.
NIP 197407301998021001

Ketua Program Studi DKV / Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP 196502091995121001

KaJur Desain / Ketua / Anggota

M. Sholahuddin, S.Sn, M.T.
NIP 197010191999031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi Triatmodjo, M. Des
NIP 195908021988032002



Motto:

Segala sesuatu pasti ada ujungnya, begitu juga dengan masalah yang terjadi dalam hidup. Jadi berusaha sebaik mungkin dan menikmatinya karena hanya Allah SWT yang dapat memutuskan akhirnya.



Karya Tugas Akhir ini aku persembahkan untuk kedua Orang Tuaku yang paling terkasih
Bapak Suharno dan Ibu Sularti, serta semua keluarga intiku.

Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan seluruh rahmat serta hidayahNya sehingga penulisan Tugas Akhir Pengkajian ini dapat selesai dengan baik. Penulisan ini tidak mungkin dapat dikerjakan sendiri oleh penulis tanpa bantuan banyak pihak yang telah mendukung dalam prosesnya. Sehingga dengan ini pula penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Wibowo dan Bapak P. Gogor Bangsa S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing Tugas Akhir penulis yang telah begitu sabar dan telaten memberi pengarahan serta masukan yang sangat berarti.
2. Bapak Drs.Lasiman (Alm) dan Bapak Drs. Hartono selaku dosen wali.
3. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn, M.A selaku cognate.
4. Bapak M. Sholahuddin, S.Sn, M.T selaku Ketua Jurusan Desain.
5. Seluruh Dosen, Karyawan Karyawati Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa dan Ibu Bapak pengurus Perpustakaan ISI Yogyakarta yang telah banyak membantu.
6. Ayahanda Suharno dan Ibunda Sularti yang sudah sangat sabar menunggu, dan sangat tulus memberikan banyak bantuan moral, spiritual, material, serta kasih yang tidak terbalaskan. Ngapunten, belum bisa jadi anak ragil yang membanggakan untuk bapak dan ibu.
7. Semua mbak dan mas yang sudah banyak membantu serta memotivasi adik bungsunya ini. Ngapunten, adikmu ini masih suka ngeyel. Serta untuk ponakan-ponakanku yang luar biasa ceriwis, matur nuwun sudah ikut memberi cerita pada proses pengerjaan Tugas Akhir lik'mu ini. Maaf yah, lik'mu galak.
8. Para sahabat yang sudah setia mendampingi dikala senang, susah, hingga ketika malas melanda (Tiscia "momot" FL, Chimot, Abel, Dim2, Endang, Puput, Abdiisme, Alin, Alex kost, Rhuna, dan semuaaaanya). Matur nuwun untuk doping semangatnya.
9. Teman-teman Lanjutan serta semua angkatan 2010, seluruh teman-teman DKV (khususnya) dan ISI Yogyakarta.
10. Semua narasumber (UKM Kerajinan Keramik Kasongan, pengunjung UKM Kasongan, Pengelola UPT Kasongan serta beberapa UKM di luar Kasongan).

11. Dan semua orang yang telah banyak membantu proses pembuatan Tugas Akhir ini, secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih banyak.

Penulis pun sadar bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan masukan-masukan yang membangun, dan semoga Tugas Akhir ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh semua pembacanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 1 Januari 2014

Penulis



ABSTRAK

Nama : Prabandari

Judul : Studi Perbandingan Efektivitas Media Promosi Online dengan Media Promosi Konvensional UKM Kerajinan Keramik Kasongan Yogyakarta

Walaupun Kasongan sepi pengunjung setelah terjadinya erupsi Merapi tahun 2010 tetapi UKM kerajinan keramik Kasongan masih tetap bertahan. Selama ini UKM kerajinan keramik menggunakan media promosi konvensional sebagai alat memperkenalkan produknya tetapi masih ada media promosi lain yang dapat membantu UKM untuk mempromosikan produknya lebih luas lagi, yaitu dengan media promosi online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media promosi yang digunakan oleh UKM kerajinan keramik di Kasongan, kelebihan serta kekurangan dari media promosi, dan mengetahui efektivitas dari kedua media promosi itu sehingga dapat saling menunjang antara media promosi online dengan media promosi konvensional. Penelitian ini merupakan penelitian komparasi yang berhipotesis dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Pada kesimpulan penelitian ini diketahui bahwa UKM kerajinan keramik Kasongan sudah banyak yang menggunakan media promosi konvensional yang digabungkan dengan media promosi online. Media promosi online digunakan karena Kasongan ramai pengunjung hanya disaat liburan panjang tetapi ketika UKM mengikuti pameran maupun sedang dikunjungi konsumen, media promosi konvensional yang lebih berperan sehingga UKM dapat lebih tepat dan lebih banyak menjangkau konsumen dengan memaksimalkan penggunaan kedua media promosi tersebut.

Kata kunci: media promosi, UKM, kerajinan keramik Kasongan